



Daijiro MIZUNO

Director of Critical Design Lab at Kyoto University of Art and Design, Editor of Fashionista, Japan

다이지로 미즈노

교토 조형예술대학교 Critical Design Lab 디렉터, Fashionista 편집자, 일본

Dr. Daijiro Mizuno was awarded MA (2003) and PhD (2008) at Royal College of Art, London, both in fashion design. Royal College of Art encouraged Daijiro to obtain inter-disciplinary perspective in design, reconsidering the way designers construct knowledge as artifact = “make sense” of themselves through studio practice. Returned from the Britain to his native Japan in 2008, Daijiro began to work and teach as a design researcher using his knowledge and expertise in diverse areas including architecture, service, product and fashion design.

Daijiro's research projects aim at social inclusion through the rigorous examinations of qualitative design processes, whilst taking multiple positions as a design researcher; a director of Critical Design Lab at Kyoto University of Art and Design, editor of a fashion critique periodical Fashionista, a member of FabLab Japan and a committee member of a design symposium DESIGNEAST.

Daijiro's latest design research projects include; FASHIONISTA, a fashion critique periodicals to be released in 2012 based on the recent rise of fashion studies, and Design for the Mundane World, a project to critically revisit the Morrison and Fukasawa's notion of SuperNormal in the context of Papanek's Design for the Real World.

Dr. Daijiro Mizuno는 런던 Royal College of Art에서 패션디자인으로 석사학위(2003)와 박사학위(2008)를 받았다. Royal College of Art는 Djiro가 디자인에 있어 타분야 제휴(interdisciplinary)의 시각을 가지고, 디자이너들이 지식을 예술품으로 구축하는 방법 즉 스튜디오 활동을 통해 스스로를 이해하는 방법을 재고할 것을 독려했다. 2008년 영국에서 모국인 일본으로 돌아와 디자인 연구원으로서 그의 지식과 노하우를 건축, 서비스, 제품, 패션 디자인등 다양한 분야에서 사용하고 교육하기 시작했다.

Daijiro의 리서치 프로젝트는 질적 디자인과정의 엄격한 검토를 통한 사회적 포함을 목표로 한다. 한편 디자인 연구원, Kyoto University of Art and Design의 Critical Design Lab의 디렉터, 패션 비평자인 Fashionista의 편집자, FabLab Japan의 멤버 그리고 디자인 심포지엄 DESIGNEAST의 위원회 멤버등 여러 직책을 맡고 있다.

Daijiro의 최근 디자인 리서치 프로젝트는 다음을 포함 한다: 최근 패션 연구의 증가로 2012년에 발행될 패션 비평지인 FASHIONISTA, 그리고 Papanek's Design for the Real World의 맥락에서 Morrison and Fukasawa의 SuperNormal 개념을 비판적으로 재고하려는 프로젝트인 Mundane World.

DESIGNEAST - Revisiting the Fruitful Relationship between the Virtual and Real Community

DESIGNEAST-가상 커뮤니티와 실제 커뮤니티의 효과적 관계 재고

Key Words: Case study, Strategy, Symposium

ABSTRACT

The proposed paper is on DESIGNEAST, an independently run design symposium in Oaska. By intertwining the real and virtual community through such keywords as empathic communications / micro-payment / DIWO, this paper aims to introduce a case study on how bottom-up strategies can make positive impacts on nurturing the creative force.

Osaka, the 2nd biggest city in Japan, is suffering from the lack of creative force; without a sound place to promote design, young designers are forced to move out to Tokyo. While the centralisation of human resource is still evident in the rest of regions, there are other resources available to create social innovation. Thus DESIGNEAST was conceived by 5 young designers including the author in 2009. Aiming at designing a place to promote social innovation through design in the city of Osaka, DESIGNEAST first launched 3 day design symposium in September 2009 and subsequently, DESIGNEAST01 with the theme SOCIAL SUSTAINABILITY in October 2010. DESIGNEAST01 introduced 3-day long workshop: visitors could purchase paper plans and materials to construct it at the site with the help of the designers. 50% of the revenue made were for the designers to acknowledge their open source design. The workshop was partially inspired by Enzo Mari's AUTOPROGETTAZIONE? and revisited his work in the context of open source and DIWO design. Also introducing Fablab Japan and Architecture for Humanity for the first time in Osaka, this paper on DESIGNEAST01 explores how the virtual/real network and digital/manual design are considered.

초록

제시된 논문은 오사카에서 독자적으로 운영되는 디자인 심포지엄인 DESIGNEAST에 관한 것이다. 본 논문은 공감 커뮤니케이션 / 소액 지불 / DIWO 같은 키워드들로 통해 실제와 가상의 커뮤니티를 결합, bottom-up(상향식) 전략이 창의적 집단을 기르는데 어떤 긍정적 영향을 미치는지에 대한 케이스 스터디를 목표로 한다.

일본 제 2의 도시인 오사카는 창의적 집단의 부족을 겪고 있다; 디자인을 촉진할 확고한 장소가 없어서 젊은 디자이너들이 동경으로 이동할 수밖에 없다. 인적 자원의 중앙 집중화가 다른 지역에서도 뚜렷한 한편, 사회적 혁신을 창조하는데 이용 가능한 다른 자원들이 있다. 그러므로 2009년 저자를 포함한 다섯 명의 젊은 디자이너들에 의해서 DESIGNEAST가 착상되었다. 오사카에서 디자인을 통한 사회 혁신 촉진을 위한 장소를 디자인할 목적으로 DESIGNEAST는 먼저 3일간의 디자인 심포지엄을 2009년 9월에, 그 후 2010 10월 사회적 지속가능성(SOCIAL SUSTAINABILITY)이라는 주제로 DESIGNEAST01를 개최했다.

DESIGNEAST01은 삼일간의 긴 워크샵을 소개했다: 방문객들은 계획서와 재료를 구입하여 현장에서 디자이너들의 도움으로 그것을 조립할 수 있었다. 수입의 50%는 디자이너들이 그들의 오픈 소스 디자인을 승인하게 하였다. 그 워크샵은 Enzo Mari의 AUTOPROGETTAZIONE?의 부분적 영감을 받은 것으로, 오픈 소스와 DIWO 디자인의 맥락에서 그의 작품을 재고하는 것이었다. 또한 DESIGNEAST01에 대한 이 논문은 오사카에서 처음으로 Fablab Japan과 Architecture for Humanity를 소개하면서, 가상과 실제 네트워크 그리고 디지털과 매뉴얼 디자인이 어떻게 고려되는지를 탐구한다.

Introduction

This paper is on DESIGNEAST, an independently run annual design symposium in Osaka, Japan.

Established in 2009, the symposium aims to develop the alternating creative force in the region. Yet one may well think about the smarter means and methodologies to disseminate and exchange ideas rather than having symposiums. As one sees the rising popularity and force of the social medias such as Twitter and Facebook, perhaps one does not necessarily have to meet in person to exchange ideas anymore.

Yet the idea of creating a physical meeting place where visitors and guests exchange ideas remains as fruitful as ever. One can actually say that the use of social medias reinforces the physical bond in the real space, and the physical platform like DESIGNEAST serves as the rendezvous point to enrich and enlarge the network created within the virtual space. It seems that such vice versa relationship between virtual and real space is the vital key to create, maintain and strengthen the community that empathically shares the common objectives.

Relating to the inter-relationship between the virtual and real space is the relationship between the digital and manual commons. DESIGNEAST has been conscious of the cultural shift of DIY (Do It Yourself) to DIWO (Do It With Others); as Creative Commons and open source design became popular in the field of digital design, one is finding it increasingly difficult to acknowledge the financial, aesthetic and emotional value of cultural goods designed by “star” designers. But again, by interrelating the digital and manual commons one can foster the smarter consumptions of cultural goods.

It is clearly no longer binary condition; real/virtual communities as well as digital/manual designs are intertwined to form the holistic “social network”. Our task is to mediate the two to create smarter and sustainable social conditions for all to appreciate and participate in design. As a committee member of DESIGNEAST, the author attempts to introduce the strategies employed for DESIGNEAST as a case study to illustrate how the innovative social conditions can be created for both participating visitors and guests to create smarter creative network. This paper first introduces how DESIGNEAST was conceived to reflect the recent social conditions, and subsequently introduces DESIGNEAST01, a 3days-long symposium held in October 1-3rd, 2010.

DESIGNEAST: its conception

Osaka, the 2nd biggest city in Japan, is suffering from the shortage of creative force; without a sound place and network to promote design, many young designers are forced to move out to Tokyo. Rather than the established ones, public exhibitions for young designers have not been run continuously in the city of Osaka.¹ One of the reasons for the lack of sufficient support, neither from the government nor the industry, was the misconception of the term “innovation”. As the term is defined narrowly within the quantitative context, design as qualitative contributions to the body of knowledge is dismissed as being “artistic” and has little to do with the dominant business structure. Due to the lack of appropriate understanding, designers are often considered as “stylists”, who only work on the aesthetic factor of goods rather

¹ Design Tide Tokyo, an annual design exhibition held in Tokyo for young designers to promote their ideas has been acknowledged as “the place to visit” for design industry to search for the new talents for the last 5 years. In the year 2010 it attracted over 50,000 visitors in 5 days.

Fig 1. Venue for DESIGNEAST01, a run down ship factory in Osaka (photo taken by Takumi Ota)



² Ryuji Fujimura, a Japanese architect points out the issues on the vocational separations of corporations and atelier architectural offices; the former is responsible for the governing structure of a building while the latter is responsible for the surface. While corporation architectural offices look at design as superficial tasks, atelier architectural offices negate the cost efficiency of engineering for the sake of aesthetics.

³ Initially we searched for the possibility to use Kickstarter.com for micro public investment, but the service was not yet ready in Japan.

⁴ This definition was first posted by @tricken on Twitter, and Tsuda later acknowledged it as the official definition of Tsuda-Ru. (<http://ascii.jp/elem/000/000/428/428621/index-2.html> accessed on the 1st June 2011)

than bringing innovation in the holistic sense.² Therefore one sees the centralization of human resource in Tokyo while the local industry and government find little relevance of design as qualitative knowledge to the economy. Within the close vicinity to Osaka, the city of Kyoto also suffers from the similar problems though many universities offer design courses based on the region’s rich traditions. Frustrated and worried about the future of young designers in the region, the author teamed up with 4 colleagues to create DESIGNEAST to design a platform to promote design. To design a platform to promote design, DESIGNEAST explored an appropriate venue and means; there are many emptied factories as well as the halls built by the local councils without carefully considering its post-construction services in the city. DESIGNEAST therefore took advantage of the social conditions of the city to find a sufficient space where the symposium can be held.

DESIGNEAST is thoroughly self-financed and expect revenue primarily from visitors to maintain the freedom of contents and speech for the audience.³ Rather than creating a commercial platform for business opportunities, it aims to serve as a place to introduce ideas practiced by innovative designers and architects worldwide. To bring social innovation through design to the region and beyond, DESIGNEAST puts emphasis on the physical interactions as well as virtual interactions through the social media.

Since around May 2007, a Japanese journalist Daisuke Tsuda started Tsuda-ru (literally meaning Tsuda-ing) on Twitter. According to Tsuda(2009), Tsuda-ru is defined as “on and offline attendance of socially significant conferences to post tweets as the live summary of presentations”.⁴ Tsuda-ru is instantaneous editing of the presentations rather than the subjective commentary, and the mass collaboration completes the concise documentations of the entire event with hush tags. Now the dual flow of live information (Twitter and live speech) is a matter of course at any conferences. Yet the concise live documentations of a given speech as Tsuda-ru remains highly

valuable to overarch the real and virtual community because the notion of sharing and participating on live are the key for DESIGNEAST. Places like DESIGNEAST can be maintained and developed through those who share highly particular interests. While the physical presence at the conference allows singular identity to be a member of a “community” with strong psychological bond, the virtual presence in the social media encourages to take multiple identities as a member of multiple “communities” simultaneously. DESIGNEAST invited volunteer twitter experts to the venue for official Tsuda-ru to reach multiple communities; via Twitter, volunteers played intrinsic roles in enriching the discussions at the venue to strengthen the singular community on one hand. On the other hand, they tweeted for relating virtual communities, which may also like to come and share the “particulariness” of contents at the venue. This way they engaged in the cycles of network development through participatory communications both on and offline. DESIGNEAST aims to bring people-led bottom up symposium to the city of Osaka. By setting highly specific topics for gathering Smart and Flash Mobs,⁵ it aims to create united communities of creative networks to ignite social innovation a prior to the promotion of goods. To achieve this end, DESIGNEAST has no large sponsors to keep the freedom of contents by employing micro-payment system. Also to remind the visitors of the city’s alternating use, it deliberately selected empty buildings to show how urban intervention can transform the existing space. DESIGNEAST as a rendezvous point is thus created for the real community to enrich the virtual communities and vice versa.

On DESIGNEAST 01

01 Aiming at developing a crossroad of the real and virtual space, DESIGNEAST01 was held between 1-3rd October 2010 with a theme “Social Sustainability”. This theme was broken down into three subthemes; Urban Intervention, Towards a Socially Responsible System and Design For Citizens. While Urban Intervention dealt with issues on the creative and ad hoc use of the public space, Towards a Socially Responsible System looked at the recent developments of social design. In addition Design For Citizens critically revisited the idea of mass consumption and production. For each sub theme, DESIGNEAST invited guest keynote speakers; JESKI, a social designer from Korea, Nathaniel Corum, an architect and head of educational outreach at Architecture For Humanity, and Enzo Mari from Italy. The contents of DESIGNEAST01 included not only lectures but also a workshop and exhibitions introducing Enzo Mari’s Sedia 1 chair. Though it is currently released from Artek, Sedia 1 chair was originally a part of Mari’s AUTOPROGETTAZIONE? (Self-Build) project. This project was released as a book containing plans of easy-to-assemble furniture pieces using standardized wooden planks and nails, and anyone (except for factories and dealers) was encouraged to make the furniture, or to make variations on them.⁶ Along with DIY, the power of DIWO has been acknowledged in the recent digital design. For instance, FabLab, a open source digital fabrication laboratory initiated by Neil Gershenfeld at MIT, encourages the developments of open source networks.

⁵ Rheingold(2002)'s notion of Smart Mobs, in particular the idea of offline collective action based on the communications through the use of social media, is in part synonymous to Flash Mobs who intervene the physical space for a short period of time to achieve the common objective and activities.
⁶ Mari's idea was revisited and understood in relation to the cultural characteristics of digital design at Autoprogettazione Revisited exhibition at Architectural Association School of Architecture, London in 2009.

⁷ Parsons, T. (2009) Thinking: Objects Contemporary Approaches to Product Design, AVA publishing, Switzerland, p28
⁸ Parsons, T. (2009) Thinking: Objects Contemporary Approaches to Product Design, AVA publishing, Switzerland, p136

Inspired by Mari and FabLab, the workshop at DESIGNEAST aimed at DIWO in the real space to revisit the value of digital/manual commons to explore the new economy that is based on empathy. As financial and emotional value of cultural goods are less acknowledged due to open source design on one hand and the mass consumption on the other, those who come up with the “original” ideas have to consider sustainable impact to realize smarter consumption. To do so, original ideas have to have additional value. The Eternally Yours Foundation, a Dutch group of designers and theorists, argues that one of the main tools to allow socially sustainable consumptions can be achieved through the power of narratives; “Products need to express through design a story that one can identify with and explain to others. That is what makes them personal.”⁷ To deliver the narrative the Foundation looks at three primary methods; Advertisements, Collective Appreciations like vehicle owners’ club and Souvenirs. DESIGNEAST thought that Collective Appreciations of designer-products as Souvenirs can be unique means to reconsider the mass consumption in the age of digital fabrication. To achieve this end, self-design take-away workshop was introduced. According to Parsons (2009), self-design has thee categories; Open Product (allowing users to configure or customize), Unfinished Design (user must complete them before use) and Recipe (instructions are provided along with a list of ingredients).⁸ Our aim was to create smarter consumptions of cultural goods beyond the binary of digital and manual commons, and we figured that the narrative as additional value to the products in the form of self-design take-away would be ideal to achieve this end. The task for DESIGNEAST was to acknowledge the creativity of the users while finding the micro-payment system to acknowledge the designer’s effort. Therefore at DESIGNEAST workshop, papar plans (as recipe) drawn by participating designers were sold for 1,000 Yen. The half of the profit made through the sales was handed to the designers to realize micro-payment system we initially wanted to employ through Kickstarter.com. As visitors purchased the plan they also realized that the materials (as ingredients) were also purchasable at the workshop for additional 1,000 Yen. Visitors were



Fig 2-3. DESIGN EAST01
Workshop and Peter Marigold
working with a visitor (photo
taken by Takumi Ota)



Fig 4-5. DESIGN EAST01
Workshop visitors and their
finished pieces

welcome to take part in assembling parts with designers and other visitors. Though visitors had a choice of DIY at home or DIWO at the venue, the workshop served as a place where prosumers gather, enjoy and help making things together while they worked manually with nails and hand sews. Through the empathic communications between visitors and designers, DESIGN EAST workshop reconsidered the notion of consumption in the digital age with others and take away souvenirs.

Conclusion

Through DESIGN EAST it was discovered that on and offline participation, experience and active learning create the holistic social network to revitalize the creative force of the city of Osaka and beyond. The future of prosumption and mass collaboration lies not only in digital services but also in the physicality of human interactions, where one uses his or her time and space together with the others offline. Interrelation of digital and manual commons are not merely to do with financial value but also aesthetic and emotional value added as narratives disseminated through empathic communications and bodily actions. The opportunity in participating such social network should be available to anyone, and the task for designers is to set the different levels of participation and experience criteria to develop the alternating payment system to justify their contributions.

DESIGN EAST continues to develop a network of people who are willing to share time and space together, both on and offline. The empowerment of city's creativity is undoubtedly based on the bond of "particulariness". Our task is to overlay differing subject areas further to create the symbiosis of communities, interlinking the virtual/real space and digital/manual commons.

A city is not a tree. 

서론

이 논문은 일본 오사카에서 매년 독자적으로 운영되는 디자인 심포지엄인 DESIGNEAST에 관한 것이다. 2009년에 설립된 이 심포지엄은 그 지역의 대체 창조 집단 개발을 목표로 한다. 그러나 아이디어를 확산하고 교환하는 데 있어서 심포지엄 보다 스마트한 수단과 방법을 생각하는 것은 당연하다. 트위터나 페이스북 같은 소셜 미디어의 인기와 힘을 볼 때 어쩌면 직접 만나서 아이디어를 교환하는 것이 꼭 필요한 것은 아닐지도 모른다.

그러나 방문자와 게스트가 아이디어를 교환하는 물리적 장소를 만든다는 아이디어는 여전히 효과적이다. 소셜 미디어의 사용은 실제 공간에서의 물리적 유대감을 강화시킨다고 말할 수 있으며 DESIGNEAST같은 물리적 플랫폼은 가상공간에서 생성된 네트워크를 넓히는 집결장소 역할을 한다. 그러한 가상과 실제 공간의 관계는 공동의 목표를 공유하는 커뮤니티를 창조, 유지, 강화하는 중요 열쇠인 것처럼 보인다.

가상과 실제 공간의 관계는 디지털과 매뉴얼 commons의 관계이다. DESIGNEAST는 DIY(Do It Yourself)에서 DIWO(Do It With others)로의 문화적 이동을 의식해왔다. Creative Commons와 오픈 소스 디자인이 디지털 디자인 분야에서 인기를 얻으면서 “스타” 디자이너들이 디자인한 문화 상품의 경제적, 미적, 정서적 가치를 인정하기가 매우 어려워졌음을 발견한다. 그러나 디지털과 매뉴얼 commons를 연결하여 문화 상품의 스마트한 소비를 조성할 수 있다.

확실히 더 이상 이분법의 상황은 아니다; 디지털/매뉴얼 디자인뿐 아니라 실제/가상 커뮤니티가 결합하여 총체적인 “소셜 네트워크”를 형성한다. 우리의 작업은 그 둘을 중재하여 모두가 디자인을 평가하고 참여하는, 보다 스마트하고 지속가능한 사회 상황을 창조하는 것이다. DESIGNEAST 위원회 멤버로써 저자는 DESIGNEAST에 사용된 전략을 케이스 스터디로서 소개하여 참여한 방문자와 게스트가 스마트한 창의적인 네트워크를 창조하는 혁신적인 사회 상황을 어떻게 창조하는가를 설명하려고 한다. 이 논문은 먼저 DESIGNEAST가 최근의 사회 상황을 반영하기 위해 어떻게 착상되었는지를 소개하고 그 후 2010년 10월 1~3일까지 장장 삼일간의 심포지엄인 DESIGNEAST01를 소개한다.

DESIGNEAST: 그 컨셉

일본 제2의 도시인 오사카는 창의적 집단의 부족을 겪고 있다. 디자인을 촉진할 확고한 장소와 네트워크가 없어서 젊은 디자이너들은 동경으로 이동할 수밖에 없다. 기성의 전시회가 아닌 젊은 디자이너들을 위한 공공 전시회가 오사카에서는 지속적으로 운영되지 않고 있다.¹ 정부나 업체로부터 충분한 지원을 받지 못하는 이유 중 하나는 “혁신”이라는 용어의 잘못된 개념 때문이다. 그 용어가 양적인 맥락에서 좁게 정의되었기 때문에 지식에의 질적인 기여로써의 디자인은 “예술적”인 것으로 지배적 비즈니스 구조와는 관계가 없는 것으로 무시되어왔다. 적절한 이해의 부족으로 디자이너들은 총체적 의미에서 혁신을 야기하는 것이 아닌 제품의 미적 요소에만 관여하는 “스타일리스트”로 간주되어왔다.²

그러므로 도쿄에서는 인적자원의 집중화를 보게 되는 한편 지역 산업과 정부는 질적 지식으로서의 디자인과 경제와의 관련을 찾지 못한다. 오사카 근교에 있는 교토 또한 그 지역의 풍부한 전통에 기초한 디자인 코스를 많은 대학들이 제공하고 있음에도 불구하고 유사한 문제를 겪고 있다. 그 지역의 젊은 디자이너들의 미래에 좌절하고 걱정하는 저자는 4명의 동료들과 팀을 구성, 디

¹ 젊은 디자이너들이 그들의 아이디어를 알리기 위해 매년 도쿄에서 열리는 디자인 전시회인 Design Tide Tokyo는 지난 5년간 디자인 산업이 새로운 인재를 찾기 위해 “방문해야할 곳”으로 인정받아왔다.

² 일본 건축가인 Ryuji Fujimura는 기업의 건축사무소와 아틀리에 건축사무소의 직업적 분리에 관한 문제를 지적한다. 전자는 건물의 지배적 구조를 책임지는 반면 후자는 표면을 책임진다. 기업의 건축사무소가 디자인을 파상적인 작업으로 보는 반면 아틀리에 건축사무소는 미학을 위해 엔지니어링의 비용효율을 부정한다.

³ 처음에 우리는 소셜 공공 투자(micro public investment)를 위해 Kickstarter.com의 사용 가능성을 모색했다. 그러나 일본에서는 아직 서비스가 준비되지 않았다.

⁴ 이 정의는 먼저 @tricken에 의해 트위터에 올려졌고 나중에 Tsuda에 의해서 Tsuda-ru의 공식적인 정의로 인정받았다. (<http://ascii.jp/elem/000/000/428/428621/index-2.html> 2011년 6월 1일 access됨)

⁵ Rheingold(2002)의 Smart Mob 개념, 특히 소셜 미디어 사용을 통한 커뮤니케이션에 기초한 오프라인 집단 행동의 개념은, 공동의 목적과 행동을 성취하기 위해 단시간동안 물리적 공간에 개입하는 Flash Mob과 부분적으로 같은 의미이다.

자인을 증진할 디자인 플랫폼으로서 DESIGNEAST를 창조했다. 디자인 증진 플랫폼으로써 DESIGNEAST는 적절한 방법과 수단을 탐색했다; 지역 의회에서 건축 후 서비스의 신중한 고려 없이 건설하여 비어있는 홀과 공장들이 많이 있다. 그러므로 DESIGNEAST는 이 도시의 사회적 상황을 이용하여 심포지엄을 열 수 있는 충분한 공간을 확보하였다.

DESIGNEAST는 철저하게 스스로 자금을 조달하며, 방문자로부터 나오는 주수입이 청중을 위한 콘텐츠와 스피치의 자유를 유지해 줄 것으로 기대한다.³ 비즈니스 기회를 위한 상업적 플랫폼을 만들기 보다는 전 세계의 혁신적 디자이너와 건축가들의 아이디어를 소개하는 장소로서의 역할을 목표로 한다. 디자인을 통한 그 지역과 타 지역의 사회적 혁신을 도모하기 위해 DESIGNEAST는 소셜 미디어를 통한 가상의 인터랙션뿐 아니라 물리적 인터랙션 또한 강조하고 있다.

2007년 5월부터 일본 저널리스트인 Daisuke Tsuda가 Tsuda-ru(문자 그대로 Tsuda하기를 의미)를 트위터에서 시작했다. Tsuda에 따르면(2009) Tsuda-ru는 “사회적으로 의미 있는 집회에 온라인, 오프라인으로 참석하여 프레젠테이션의 라이브 서머리를 트위터에 올리는 것”으로 정의된다.⁴ Tsuda-ru 는 주관적인 논평보다는 즉각적인 프레젠테이션의 편집이다. 그리고 대중의 콜레보레이션은 전체 이벤트의 간결한 기록을 허쉬 태그로 끝낸다. 이제 라이브 인포메이션의 이중적 흐름(트위터와 라이브 스피치)은 어떤 집회에서나 당연한 것이 되었다. 그러나 Tsuda-ru 같은 스피치의 간결한 라이브 기록은 실제와 가상 커뮤니티를 관장하는 데 있어 매우 중요하다. 왜냐하면 라이브로 공유하고 참여하는 개념이 DESIGNEAST의 핵심이기 때문이다.

DESIGNEAST와 같은 장소는 독특한 관심사를 공유한 자들로 유지되고 발전될 수 있다. 집회에의 물리적 출석이 강한 심리적 유대를 가진 하나의 “커뮤니티”의 멤버가 되는 하나의 아이덴티티를 허락하는 한편 소셜 미디어에의 가상출석은 동시에 다수의 “커뮤니티” 멤버로서의 복수 아이덴티티를 갖게 해준다. DESIGNEAST는 자원봉사 트위터 전문가들을 현장에 초대하여 공식적 Tsuda-ru가 다수의 커뮤니티에 도달하게 했다; 자원봉사자들은 트위터를 통해 현장의 토론을 촉진하는 중요한 역할을 하여 한 편으로는 하나의 커뮤니티를 강화하였으며, 다른 한편으로는 현장의 독특한 콘텐츠를 와서 공유하고 싶은 가상의 커뮤니티들에게 트위터로 전달하기도 했다. 이런 식으로 그들은 온라인, 오프라인 양쪽의 참여적 커뮤니케이션을 통해 네트워크 발전의 사이클에 참여했다.

DESIGNEAST는 인간이 주도하는 bottom-up(상향식) 심포지엄을 오사카에 가져오는 것을 목표로 하고 있다. Smart and Flash Mobs⁵를 모으는 매우 독특한 주제를 설정하여, 상품 프로모션에 앞서서 사회 혁신을 야기하는 창의적 네트워크로 이루어진 연합 커뮤니티 창조를 목적으로 한다. 이 목적을 달성하게 위해 DESIGNEAST는 소셜 지불 시스템을 사용하여 콘텐츠의 자유를 유지하므로 거대 스폰서가 없다. 또한 방문자에게 그 도시의 대체 용도를 상기시키기 위해 고의적으로 빈 건물을 선정, 도시의 개입이 어떻게 존재하는 공간을 변형할 수 있는가를 보여주었다. 그러므로 집결지로서의 DESIGNEAST는 실제 커뮤니티가 가상 커뮤니티를, 그리고 가상 커뮤니티가 실제 커뮤니티를 보강하기 위해 창조되었다.



그림 1. DESIGNEAST01 개최지인 오사카의 낡은 조선소 (photo by Takumi Ota)

DESIGNEAST01에 대하여

DESIGNEAST01은 실제와 가상공간의 교차점 개발을 목표로 2010년 10월 1일~3일까지 “사회적 지속가능성”이라는 주제로 개최되었다. 이 테마는 3개의 소주제 즉 도시의 개입, 사회적 책임을 갖는 시스템을 향하여, 시민들을 위한 디자인으로 나뉘었다. 도시의 개입은 공공 스페이스를 창의적이고 특별 목적을 위해 사용하는 문제를 다루었으며, 사회적 책임을 갖는 시스템을 향하여는 사회적 디자인의 최근 발전을 고찰했다. DESIGNEAST는 각 소주제를 위하여 게스트 기조 연설자를 초대했다. 한국의 소셜 디자이너인 JESKI, 건축가이자 Architecture For Humanity의 교육 북지의대표인 Nathaniel Corum, 그리고 이태리의 Enzo Mari 등이다.

DESIGNEAST01의 콘텐츠는 강의뿐 아니라 Enzo Mari의 Sedia 1 chair를 소개하는 워크샵과 전시회도 포함했다. Sedia 1 chair는 현재 Artek에서 출시됐으나 원래 Mari의 AUTOPROGETTAZIONE?(self-build) 프로젝트의 일부였다. 이 프로젝트는 책으로 발표되었다. 규격화된 나무판자와 못을 사용하여 쉽게 조립 가능한 가구의 플랜을 포함하고 있어 누구라도(공장과 달러를 제외한) 가구를 만들고 변형시킬 수 있게 되어있다.⁶ DIY와 더불어 DIWO의 파워가 최근의 디지털 디자인에서 인정받아왔다. 예를 들면 MIT의 Neil Gershenfeld에 의해 시작된 오픈 소스 디지털 제작(fabrication) 연구소인 Fablab은 오픈 소스 네트워크의 개발을 권장한다. Mari와 Fablab의 영감을 얻은 DESIGNEAST의 워크샵은 공감에 기초한 신(新)경제를 탐구하는 디지털/매뉴얼 commons의 가치를 재고하기 위해 실제 공간에서의 DIWO를 목표로 했다. 한편으로는 오픈 소스 디자인에 의해 다른 한편으로는 대량 소비로 인해서 문화 상품의 경제적, 정서적 가치는 인정을 덜 받기 때문에 “독창적인” 아이디어를 창출한 자들은 스마트한 소비 실현을 위해 지속가능한 임팩트를 고려해야만 한다. 그러기 위해서 독창적 아이디어들은 부가적인 가치를 가져야만 한다. 네덜란드의 디자이너와 이론가 그룹인 The Eternally Yours Foundation은 주장한다. 사회적으로 지속가능한 소비를 허락하는 주요 도구의 하나는 이야기(narrative)의 파워를 통해서 얻을 수 있다고, “제품은 동일시하고 타인에게 설명할 수 있는 스토리를 디자인을 통해 표현해야한다. 그것이 제품을 개인의 것으로 만드는 것이다.”⁷ 이야기(narrative)를 전달하기 위해서 그 Foundation은 세 가지 주요 방법을 제시하고 있다; 광고, 자동차 오너 클럽 같은 집단적 평가(collective appreciation) 그리고 기념품(souvenir)이다.

DESIGNEAST는 기념품으로서 디자이너 상품의 집단적 평가는 디지털 제작(fabrication)의 시대에 대량 소비를 재고하는 독특한 수단이 될 수 있을 것으로 생각했다. 이 목적 성취를 위해 self-design, take-away 워크샵이 소개되었다. Parsons(2009)에 따르면 self-design은 3개의 카테고리를 갖는다; Open product(유저들에게 설정을 가능하게 하는), Unfinished Design(유저가 사용 전에 완성해야하는) 그리고 Recipe(재료 리스트와 더불어 설명서가 제공되는).⁸ 우리의 목표는 디지털과 매뉴얼 commons라는 이분법을 넘어선 문화상품의 스마트한 소비를 창출하는 것이다. 그래서 우리는 self-design과 take-away의 형태로 제품에 부가가치를 더하는 이야기(narrative)가 이목적 성취에 이상적인 것으로 생각했다. DESIGNEAST의 임무는 유저의 창의력을 인정하면서 동시에 디자이너의 노력을 인정하는 소셜 지불 시스템을 발견하는 것이었다.

그러므로 DESIGNEAST 워크샵에서는 참가 디자이너들이 그린 계획서(레시피로서)를 1000엔에 팔았다. 판매를 통한 이익의 절반은 디자이너들에 전달되어 처음에 Kickstarter.com 통해 사용하고 했던 소셜지불시스템을 실현했다. 방문자는 plan을 구입할 때 재료 또한 워크샵에서 추가

⁶ Mari의 아이디어는 2009년 런던 Architectural Association School of Architecture의 Autoprogettazione Revisited exhibition에서 디지털 디자인의 문화적 특징과 관련하여 재고되고 이해되었다.

⁷ Parsons, T. (2009) Thinking: Objects Contemporary Approaches to Product Design, AVA publishing, Switzerland, p28

⁸ Parsons, T. (2009) Thinking: Objects Contemporary Approaches to Product Design, AVA publishing, Switzerland, p136



그림 2-3. DESIGNEAST01 워크샵과 방문자와 함께 작업하는 Peter Marigold (photo taken by Takumi Ota)



그림 4-5. DESIGNEAST01 워크샵 방문자들과 그들의 완성품

1000엔으로 구입가능하다는 것을 알게 되었다. 방문자들은 디자이너와 다른 방문자들과 함께 조립에 참가할 수 있었다. 방문자들은 집에서 DIY나 현장에서의 DIWO 중 선택이 가능하지만 워크샵은 프로슈머(prosumer)들이 모여서 못과 톱을 가지고 손으로 만들며 함께 일하고 즐기는 곳이 되었다. DESIGNEAST 워크샵은 방문자와 디자이너들 간의 공감 커뮤니케이션을 통해, 사람들과 take-away 기념품으로 디지털 시대의 소비 개념을 재고하였다.

결론

DESIGNEAST를 통한 온라인 오프라인 참여, 경험, 그리고 활동적 학습이 총체적 사회 네트워크를 창조하여 오사카와 기타 지역의 창조적 집단을 소생시킨 것으로 드러났다. 프로섬션(프로듀스와 컨섬션, 즉 생산과 소비를 동시에 하는 것, 엘빈 토플러가 만든 단어)과 집단협업의 미래는, 디지털 서비스뿐 아니라 오프라인에서 타인과 시간과 공간을 함께 사용하는 물리적 휴먼 인터랙션에 달려있기도 하다. 디지털과 매뉴얼 commons의 관계는 단지 경제적 가치만 관련된 것은 아니다. 공감 커뮤니케이션과 신체 활동을 통해 확산되는 이야기(narrative)로서 부가되는 미적, 정서적 가치와도 관련이 있다. 그러한 소셜 네트워크의 참여 기회는 누구에게나 가능해야 하며, 디자이너의 임무는 참여와 경험 기준의 다양한 레벨을 설정하여 그들의 기여를 정당화할 대체 지불 시스템을 개발하는 것이다.

DESIGNEAST는 온라인과 오프라인에서 시간과 공간을 공유하고자 하는 사람들의 네트워크를 계속 개발할 것이다. 도시의 창의력은 “독특함”의 결합에 기초한다는 것은 의심의 여지가 없다. 우리의 임무는 다양한 주제 분야들을 준비하여 커뮤니티의 공생을 창조하고 가상/실제 공간과 디지털/매뉴얼 commons를 서로 연결하는 것이다.

도시는 한 그루의 나무가 아니다.⁹

Reference

Alexander, C. (1977) Pattern Language, Oxford Univ. Press, UK
Baudrillard, J. (1995) Simulation and Simulacra, Univ. of Michigan Press, USA
Benjamin, W. et al (2008) The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media, Belknap Press of Harvard University Press, USA
Friedman, T. (2006) The World Is Flat: A Brief History Of The Twenty-First Century, Penguin Books, UK
Gershenfeld, N. (2011) FAB, ReadHowYouWant, USA
Harkin, J (2009) Lost in Cyburbia, Knopf of Canada, Canada
Jameson, F. (1990) Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism, Duke Univ. Press, USA
Illich, I. (2001) Tools for Conviviality, Marion Boyars, USA
Mari, E. (2002), Autoprogettazione?, Corrani, Italy
Papanek, V. (2005) Design for the Real World, Academy Chicago Publishers, USA
Parsons, T. (2009) Thinking: Objects Contemporary Approaches to Product Design, AVA publishing, Switzerland
Polanyi, M. (2009) The Tacit Dimension (Reissue Edition), Univ. of Chicago Press, USA
Rheingold, H. (2003) Smart Mobs, Basic Books, USA
Sinclair, C. ed. (2006) Design Like You Give a Damn, Metropolis Books, USA
Smith, C. (2007) Design For the Other 90%, Editions Assouline, USA
Tapscott, D. et al Wikinomics (2010) Portfolio Trade, USA
Toffler, A. (1984) The Third Wave, Bantam, USA
Japanese Reference:
Fujimura, R. in Azuma, H. ed. (2009) Shiso Chizu vol.3, Architecture, NHK Publishing, Japan
Ito, M (2011) Flash Mobs, NTT Publishing, Japan
Minaminda, K. ed. (2008) Perspectives on Cultural Studies, Minerva Publishing, Japan
Tsuda, D. (2009) Twitter Society Theory, Yousensha, Japan